



EMPLOI

# LA PLACE DES FEMMES DANS LE SECTEUR DE L'ANIMALERIE

L'animalerie, bientôt un secteur d'avenir pour les femmes ? Difficile de répondre de but en blanc à cette vaste question. À l'heure actuelle, quelle est leur place selon les circuits de distribution ? Comment évolue-t-elle ? Éléments de réponse et pistes de réflexion. Par Sophie Billon

Il serait facile de tomber dans les clichés : les femmes sont plus douces, se sentent davantage concernées par le bien-être animal. Mais les hommes possèdent aussi ces qualités, ce n'est donc pas seulement une histoire de sexe.

Si les femmes sont plus présentes que les hommes dans le secteur

de la vente en général, qu'en est-il pour le segment de l'animalerie ? La réponse est assez contrastée. En effet, selon le rapport de branche (fleuristes, vente et services des animaux familiers) fourni par le Prodaf (le syndicat professionnel des métiers et services de l'animal familial), en 2015, les dirigeants du secteur

sont des hommes à 72 % (et donc seulement 28 % de femmes), mais l'écart est beaucoup moins important dans la catégorie des employés, avec 41 % de femmes et 59 % d'hommes. Attention cependant, ces données ne prennent pas en compte l'ensemble des salariés : elles ne concernent que les magasins spécialisés, et non les

rayons animalerie des hyper et supermarchés classiques et hard-discount ni les grandes surfaces spécialisées.

Si l'on se concentre, dans un premier temps, sur les caractéristiques des enseignes dépendant du Prodaf, on remarque qu'après une forte baisse entre 2012 et 2013, le nombre de points de vente, entre

2014 et 2015, n'affiche plus qu'un léger recul de -1 %. Les observateurs remarquent également que le nombre d'acteurs du secteur continue de croître, tout comme le nombre de salariés, avec un effectif en hausse de 3 %. Et c'est la catégorie des entreprises comptant 10 salariés et plus qui enregistre la plus forte représentativité (62 %). La proportion de femmes est, elle, beaucoup plus importante dans les entreprises ne comptant qu'un employé (77 %). Mais dès que la taille de l'entreprise augmente, leur part diminue.

### Emplois plus précaires pour les femmes

Par ailleurs, alors que, dans ce segment du commerce, 86 % des hommes sont en CDI (contrat à durée indéterminée), les femmes ne sont que 73 % à bénéficier d'un tel contrat. Ces chiffres

devraient évoluer dans les années à venir, car ces dernières sont plus nombreuses en contrat d'apprentissage (18,5 %, contre 7,5 % des hommes), et ces formations en alternance débouchent généralement sur des emplois pérennes. Les postes à responsabilités restent, là aussi, en majorité occupés par des hommes. Les salariés masculins sont à 81 % des employés, à 4,5 % des agents de maîtrise et à 14,5 % des cadres alors que, chez les femmes, les proportions sont de 93 % d'employés pour seulement 2,5 % d'agents de maîtrise et 4,5 % de cadres. Pourtant, le Prodaf veille au grain, comme l'indique Flavie Cheymol, sa secrétaire générale : « Au sein du Prodaf, nous sommes très actifs et attentifs, en matière de parité notamment. Nous sommes en train de finaliser le "Guide des femmes au travail", qui traite également des droits des

femmes et du respect des conventions collectives ». Cette démarche est menée couvrir toute la branche : fleuristes, vente et services des animaux familiers.

En ce qui concerne les grandes enseignes, spécialisées ou non, et leur rayon animalerie, la répartition par sexe est moins déséquilibrée, notamment parce que la vente est un secteur où les femmes sont bien représentées : 57,5 %, contre 42,5 % d'hommes. En outre, les cursus de formation aux métiers en lien avec les animaux et la vente se féminisent enfin.

### Une place à prendre

Les femmes sont donc encore sous-représentées dans le secteur des animaux et de l'animalerie. Pourtant, elles s'accaparent déjà les écoles vétérinaires, en raflant 64,3 % des inscriptions enregistrées par l'instance ordinaire. De même, le segment du toilettage est quasi exclusivement occupé par la gent féminine. Autre signe qui pourrait indiquer des évolutions à venir : plusieurs femmes occupent des postes stratégiques au sein de grandes enseignes de distribution spécialisées. C'est notamment le cas des directrices des ressources humaines des groupes Maxi Zoo (Monique Rodrigo) et Animalis (Sylvie Lormand). Les femmes lancent aussi plus volontiers qu'auparavant leur propre affaire, et osent davantage le développement de franchise, et ce dans tous les domaines, pas seulement dans le secteur de l'animalerie.

Pour savoir si les femmes sont l'avenir de l'animalerie, rendez-vous dans les années à venir pour voir quelle tournure prendra le marché. La marge de progression est grande. ■

Les dirigeants, dans le secteur de l'animalerie, sont des hommes à 72 %, mais l'écart est beaucoup moins important dans la catégorie des employés, avec 41 % d'hommes et 59 % de femmes.

## ÉTUDE MARKETING

### LES FRANÇAISES AIMENT LES ANIMAUX

L'étude annuelle « La vraie nature des femmes » effectuée par le Women's Garden Executive Club (WGEC), en partenariat avec la société d'études marketing Toluna, analyse les relations des Françaises avec leurs animaux de compagnie. Ses résultats pour l'année 2016 ont montré qu'une nette majorité d'entre elles (82 %, contre 79,9 % en 2015) souhaitent acquérir un animal domestique, avec une prédilection pour le chat (46 %) devant le chien (43,9 %). Si la poule est également souvent citée pour une acquisition future (23,7 %), l'intérêt pour le gallinacé ne se confirme pas concrètement : seulement 3 % des femmes interrogées ont accueilli une poule dans leur foyer en 2016. L'enquête souligne également l'attrait féminin pour les lapins (15,6 %) et, bonne nouvelle, également pour les poissons (15,5 %). Le développement des petits aquariums décoratifs d'eau froide, faits pour accueillir un seul poisson (combattant, par exemple), explique sans doute cet attrait. Parmi les freins à l'acquisition d'un animal de compagnie, les femmes citent d'abord la difficulté de le faire garder (41,6 %), puis le chagrin lors de son décès (40,1 %), le manque d'espace (34,7 %) ou de disponibilité (31,5 %) et les frais occasionnés (30 %).